

Keur merk Basis GGZ

Keurmerk Basis GGZ 2021 –

Handvat document

Transparant zijn (op de eigen website)

Tips voor een toegankelijke, informatieve website

Inleiding

Verwezen naar de GGZ? Steeds meer mensen zoeken eerst op internet bij wie ze het beste terecht kunnen. Welke stijl spreekt aan? Wie kan mij het beste helpen bij mijn hulpvraag? Om een afgewogen keuze te kunnen maken, is inzicht in de organisatie, het zorgproces en uitkomsten van zorg een voorwaarde. Dat is overigens ook belangrijk voor de samenwerking tussen (keten-)partners binnen de GGZ en andere spelers in het netwerk van de cliënt, buiten de GGZ. Een Keurmerkdrager loopt hierin voorop en vindt het belangrijk dat op de eigen website de informatie te vinden is die cliënten zoeken: alle wettelijk verplichte informatie en een aantal aanvullende elementen, waarmee de Keurmerkdrager laat zien dat hij transparant en zelfkritisch is.

Daarom is transparantie op de website al jaren een onderwerp in het Keurmerk Basis GGZ. Norm 3 van het Keurmerk Basis GGZ 2021 vraagt GBGGZ-aanbieders online transparant te zijn over onder meer de werkwijze en cliëntervaringen. De norm heeft betrekking op de website(s) van de Keurmerkdrager. Hier dienen (minimaal) een aantal punten rechtstreeks en op overzichtelijke wijze op te staan vermeld (zie Handboek Keurmerk Basis GGZ 2021, pagina 15).

Dit Handvat geeft tips voor een toegankelijke, informatieve website, conform de normen van het Keurmerk Basis GGZ 2021. Dit document is een leidraad, bedoeld om (potentiële) dragers van het Keurmerk Basis GGZ te ondersteunen. De informatie is samengesteld door Stichting KiBG. Het document beoogt niet volledig te zijn.

Hoe maak je een goed toegankelijke, informatieve website? Welke informatie moet je er op zetten?

Bekijk ook de voorbeeldwebsite voor Keurmerkdragers 2021:
www.kibg.nl/voorbeeldwebsite

Algemene tips voor een goede website

De website is een belangrijk visitekaartje van uw praktijk/instelling. Tegenwoordig is het steeds gebruikelijker dat mensen eerst een website bekijken alvorens ze kiezen voor een zorgaanbieder. Zorg dat uw website past bij de identiteit van uw organisatie.

Een goede website heeft een duidelijke structuur en een inhoud die bezoekers helpt snel de informatie te vinden die ze zoeken. Dat is voor grote instellingen niet anders dan voor eenmanspraktijken. Bedenk waarvoor mensen de website bezoeken; welke informatie zoeken ze? Bekijk vervolgens de website van uw praktijk / instelling. Passen de menu-items/hoofdstructuur bij de informatiebehoefte?

Voor webteksten geldt: beperk de inhoud tot de essentie en meld de belangrijkste zaken als eerste. Zet uitgebreidere uitleg op aparte pagina's of in documenten waar je een link naar plaatst in de 'hoofdtekst'. Maak ook slim gebruik van de informatie die er al is op internet, door hier naar door te linken (let op: zorg wel dat de link in een nieuw venster of tabblad opent, zodat uw eigen website ook open blijft staan). Tussenkopjes en opsommingen geven overzicht en leiden bezoekers die uw website 'scannen' snel naar de informatie die ze zoeken. En natuurlijk: korte zinnen lezen makkelijker dan lange.

Wettelijk verplichte informatie op uw website

Als GGZ-aanbieder bent u wettelijk verplicht transparant te zijn over een aantal zaken. Deze regels op het gebied van de informatievoorziening zijn vastgelegd in twee NZa-beleidsregels:

1. Beleidsregel TH/BR-012 – Transparantie zorgaanbieders
2. Beleidsregel NR/REG-1824 – Transparantieregeling zorgaanbieders ggz

De eerste beleidsregel is van toepassing op alle communicatie-uitingen, waaronder die 'via internet'. De tweede is specifiek gericht op transparantie op de eigen website. Het is aan te raden beide beleidsregels goed door te nemen. Een beknopt overzicht van de (wettelijke) verplichtingen voor aanbieders van Generalistische Basis GGZ m.b.t. de communicatie op de eigen website (let op: de specifieke verplichtingen voor aanbieders die (ook) SGGZ leveren zijn niet weergegeven):

Tijdige informatie over prestaties, vergoedingen en tarieven

U dient tijdig informatie te bieden over prestaties die geleverd worden. U bent verplicht aan te geven, voor zover daar sprake van is, welke producten en diensten niet onder de verzekerde aanspraak vallen. Van prestaties die rechtstreeks met de cliënt worden verrekend, dient u de tarieven te vermelden. Zijn er met (bepaalde) zorgverzekeraars geen contracten afgesloten? Dan moet u de cliënt hierop wijzen en aangeven dat dit kan beteken dat de cliënt een deel van de behandeling zelf moet betalen / een beperkte vergoeding krijgt.

Wachttijden

U dient op uw website, per vestigingslocatie (clustering is mogelijk, zie de beleidsregel, artikel 4) de aanmeldingswachttijd en de behandelingswachttijd in weken (afgerond naar boven) te publiceren. De aanmeldingswachttijd is het aantal weken totdat de cliënt voor een intake terecht kan. Het aantal weken tussen de intake en de start van de behandeling is de behandelingswachttijd.

De datum van de laatste actualisatie moet staan vermeld. De gegevens moeten minimaal 1 keer per maand worden geactualiseerd tussen de 1e en de 10e dag van de maand. Indien de wachttijden verschillen per zorgverzekeraar, dan moet u de wachttijden per zorgverzekeraar vermelden. Staat de wachttijdinformatie op de website van een andere organisatie? Dat kan, zolang u op de eigen website vermeldt dat de informatie over wachttijden op die andere site te vinden is (met een link).

Informatie over wachtlijstbemiddeling

U dient de cliënt te informeren over de mogelijkheid van wachtlijstbemiddeling door de zorgverzekeraar. Er is een standaardtekst die u daartoe, bij de informatie over wachttijden, moet opnemen op uw website:

'Wanneer u de wachttijd te lang vindt, kunt u altijd contact opnemen met ons, of uw zorgverzekeraar vragen om wachtlijstbemiddeling. Uw zorgverzekeraar kan u ondersteunen, zodat u binnen 4 weken vanaf uw eerste contact met een zorgaanbieder een intake gesprek krijgt, en dat binnen 10 weken vanaf de intake, de behandeling is gestart. Dit zijn de maximaal aanvaardbare wachttijden die door zorgaanbieders en zorgverzekeraar gezamenlijk zijn overeengekomen (de treeknormen).'.

Kwaliteitsstatuut

U bent verplicht het Kwaliteitsstatuut van uw praktijk/instelling te publiceren op de eigen website. Het is gebruikelijk het statuut als pdf-document te plaatsen, waarbij u op de website (bij de link naar het pdf-document) kort vermeld welke informatie in het statuut is opgenomen. Let er daarbij op dat belangrijke informatie uit het Kwaliteitsstatuut óók een plek krijgt op uw website; het is voor bezoekers van uw website prettiger als belangrijke informatie direct toegankelijk is (zonder dat eerst een document gedownload moet worden).

Informatie op uw website moet staan voor het Keurmerk Basis GGZ 2021

Het Keurmerk vereist dat u over een aantal aanvullende elementen transparant bent op uw website. Dit zijn door het veld benoemde elementen die óók belangrijk worden geacht om cliënten en verwijzers in staat te stellen keuzes te maken en de juiste verwachtingen te formuleren. Om aan de cliëntbelofte te kunnen voldoen, is op uw website (naast de wettelijk verplichte informatie) informatie te vinden over onderstaande organisatiekenmerken, het zorgproces en uitkomstmaten.

De beschikbare informatie over deze elementen moet dusdanig zijn dat de cliënt (en/of verwijzer) zich hiermee een goed beeld kan vormen van uw praktijk / instelling en uw werkwijze (keuze-informatie). Het in detail beschrijven van genoemde zaken is hiertoe vaak niet nodig dan wel mogelijk.

De elementen die een Keurmerkdrager (minimaal) ook op de website heeft staan:

Bereikbaarheid

Contactinformatie is essentieel. Hoe en wanneer kunnen cliënten u bereiken? Geef ook aan wat mensen kunnen doen als ze u niet kunnen bereiken (bijvoorbeeld: buiten de contacturen of tijdens vakanties).

Kenmerken behandelaren/behandelteam(s)

Om zich een beeld te kunnen vormen van uw praktijk/instelling, en wat men kan verwachten qua

behandelaar, is het belangrijk dat informatie over behandelaren/behandelteam(s) op uw website staat vermeld. Sommige cliënten willen bijvoorbeeld graag specifiek door een man/vrouw behandeld worden, of hebben behoefte aan een behandeling in een andere taal. Staan alle behandelaren/behandelteams vermeld op uw website? Is per behandelaar duidelijk welke (aanvullende) kwalificaties hij/zij heeft? Zijn er ook behandelaren/behandelteams die behandelingen in een andere taal aanbieden? Is per behandelaar de BIG-registratie vermeld? Bij grotere praktijken/instellingen is het van belang dat over de diverse behandelteams soortgelijke informatie te vinden is.

Samenwerking met andere zorgaanbieders

Zorg dat op uw website duidelijk is hoe de 'zorg rondom uw zorg' is georganiseerd. Bent u onderdeel van een zorggroep of een regionaal samenwerkingsverband? Zijn er bepaalde zorgaanbieders of organisaties waar u intensief mee samenwerkt voor bijvoorbeeld consultatie, doorverwijzing of waarneming? In het Kwaliteitsstatuut moet u dit ook beschrijven. U kunt er voor kiezen deze informatie in het Kwaliteitsstatuut, als download, beschikbaar te maken op uw website. Let op: zorg er dan wel voor dat uit de tekst bij deze download duidelijk blijkt dat (onder meer) de informatie over samenwerking in dat document te vinden is.

Daarnaast is het voor zowel cliënten als verwijzers en/of samenwerkingspartners prettig (vooraf) te weten hoe u de informatie-uitwisseling met de gemelde samenwerkingspartners vormgeeft. Wat wordt wanneer uitgewisseld? Moet de cliënt eerst toestemming geven? Voor verwijzers is het prettig als u aangeeft wat u verwacht bij de verwijzing (verwijsbrief) en wat de verwijzer van u kan verwachten.

Actuele cliëntervaringen met een rapportcijfer (gemeten met de CQi); deze worden minimaal jaarlijks geactualiseerd en zijn maximaal een jaar oud.

Het Keurmerk Basis GGZ vereist dat u op uw website transparant bent over cliëntervaringen. Cliëntervaringen geven een indicatie van de kwaliteit van zorg. Cliëntwaarderingen geven u inzicht in de wensen en behoeften van uw cliënten, maar kunnen ook andere cliënten helpen bij het maken van een keuze voor een zorgaanbieder. U geeft hier invulling aan door de rapportcijfer van de CQ-meting te publiceren. Vermeld hier ook de periode bij waar de resultaten betrekking op hebben. De resultaten mogen maximaal een jaar oud zijn. Vermeld bij het rapportcijfer dat dit is gemeten met de CQ-index. U kunt natuurlijk ook andere schaalscores van de CQ-index en aanvullende uitleg publiceren – dit is geen vereiste.

Geef duidelijk aan voor verwijzers en cliënt wie voor welke klachten verwezen kan worden

Binnen uw praktijk/instelling is wellicht niet voor iedere hulpvraag een behandeling mogelijk. Ook is het niet mogelijk om iedere hulpvraag binnen de GBGGZ te behandelen. Het is daarom belangrijk om duidelijk te maken waarvoor men wél kan worden verwezen naar uw praktijk/instelling. Vermeld op uw website duidelijk met welke hulpvragen men binnen de GBGGZ behandeld kan worden. En welke klachten u /uw praktijk behandelt.

Hoe een behandeling is opgebouwd

Een cliënt meldt zich aan, en dan? Beschrijf wat iemand kan verwachten. Leg bijvoorbeeld kort uit hoe het eerste gesprek eruit ziet en geef een indruk van wat de stappen daarna zijn – van start tot afronding (en terugvalpreventie). In de beschrijving van het behandeltraject kunt u veel van onderstaande punten ook een plek geven. Biedt u zowel Basis GGZ als Specialistische GGZ? Licht dit toe.

Welke behandelinterventies worden aangeboden

Geef aan welke interventies/therapievormen u hanteert (voorbeelden: cognitieve gedragstherapie, schematherapie, EMDR). Leg kort uit wat de diverse interventies/therapievormen inhouden, en eventueel voor welke klachten ze vaak worden ingezet. Licht ook toe dat en waarom u waar mogelijk blended behandelt, en welke rol naasten (kunnen) hebben in de behandeling.

Hoe eHealth binnen de behandeling wordt toegepast

Waar u bij de interventies toelicht dát u blended behandelt: geef ook aan hóe u eHealth in de behandeling inzet. Dit geeft cliënten een indruk van een behandeling bij uw praktijk/instelling.

De in het Keurmerk gehanteerde definitie van eHealth: digitale middelen (modules, apps) waar de cliënt mee kan werken zonder de behandelaar nodig te hebben, op elk gewenst moment. Hierbij is van belang dat door het gebruik van eHealth zowel de cliënt als de behandelaar een stap verder zijn in de behandeling voorafgaand aan een volgend gesprek, ten opzichte van het vorige gesprek.

Hoe naasten worden betrokken

Beschrijf op uw website hoe u naasten concreet betrekt bij de behandeling en/of ter voorkoming van bijvoorbeeld terugval. Stel: u stimuleert om een naaste mee te nemen naar het intakegesprek. Welke rol heeft een naaste vervolgens concreet tijdens de navolgende behandeling? Welke rol heeft een naaste na afloop van de behandeling, ter ‘monitoring’ van een mogelijke terugval? Daarnaast biedt u via uw website (toegang tot) informatie voor naasten van cliënten met psychische klachten, door bijvoorbeeld te verwijzen naar informatie op www.thuisarts.nl, www.nedkad.nl of naar lotgenotengroepen. Of u beschikt over papieren informatiemateriaal (folders etc.) die via uw praktijk/instelling verkrijgbaar is; vermeld dit dan op uw website.

Bekijk ook de voorbeeldwebsite voor Keurmerkdragers 2021:
www.kibg.nl/voorbeeldwebsite